

## ABSTRAK

**Restu Nugraha** : *Minat Masyarakat Membeli Surat Kabar Pikiran Rakyat Di Era Digital (Studi Terhadap Ikatan Alumni SMPN 2 Kota Bandung Angkatan 1986).*

*Pikiran Rakyat* merupakan koran besar yang dianggap paling berpengaruh di Jawa Barat. Berbagai upaya terus dilakukan pengelolanya agar tetap bisa melayani masyarakat dengan isi sajian yang selalu dekat dengan masyarakat Jawa Barat. Hal ini tercermin dalam *positioning*nya yaitu sebagai “Bacaan Utama Warga Jawa Barat”.

Perubahan zaman dan meningkatnya teknologi menyebabkan masyarakat memilih segala sesuatu secara praktis, termasuk dalam pengambilan informasi yang dibutuhkan. Berdasarkan survey yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, di Kota Bandung sendiri minat masyarakat membaca koran sangat menurun drastis dan hanya tersisa 0,01 persen saja yang dipengaruhi dengan kemajuan teknologi digital berupa media *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat masyarakat membeli surat kabar cetak *Pikiran Rakyat* di era digital dengan mengacu pada konsep minat konsep minat yang dikemukakan oleh Abu Ahmadi yang menjelaskan bawa minat merupakan sikap dari jiwa seseorang yang termasuk pada ketiga fungsi jiwanya. Ketiga fungsi tersebut termasuk pada unsur-unsur minat yang mendukung proses minat itu sendiri, ketiganya antara lain; kognisi, konasi, dan emosi. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif

Penelitian ini dapat disimpulkan menjadi tiga bagian. (1) Aspek kognitif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman informan terhadap surat kabar cetak *Pikiran Rakyat* di era digital cenderung rendah. Informan menganggap surat kabar cetak kurang relevan karena informasi kini lebih mudah diakses melalui platform digital yang cepat dan sesuai kebutuhan, yang mengurangi minat terhadap surat kabar cetak. (2) Aspek emosi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas informan menghargai kualitas penulisan, akurasi berita, dan nilai tambah surat kabar *Pikiran Rakyat*, ada juga perasaan negatif terkait ketidakpraktisan dan keterbatasan informasi pada format cetak. Meskipun media digital lebih disukai karena kemudahan akses, koran cetak tetap memiliki nilai emosional, terutama terkait isu lokal. Namun, perasaan positif ini tidak cukup memengaruhi keputusan mereka untuk membeli surat kabar cetak di era digital. (3) Aspek konasi dalam penelitian ini menunjukkan rendahnya kemauan untuk membeli surat kabar *Pikiran Rakyat* di era digital. Kemajuan teknologi digital yang menawarkan kecepatan, kemudahan, dan kelengkapan informasi membuat mayoritas informan lebih memilih media digital. Faktor biaya, ketidaksesuaian konten, serta fitur digital yang mendukung pencarian informasi juga mengurangi minat terhadap surat kabar cetak. Meskipun ada faktor sosial dan emosional, dominasi teknologi digital menurunkan kemauan untuk membeli surat kabar fisik.

**Kata Kunci:** Minat, Masyarakat, *Pikiran Rakyat*, Era Digital.